从移民企业家到跨国商人: 绍兴印度人的人类学研究

卓嘉健

(英国牛津大学 圣安东尼学院 英国 牛津 OX26JF)

摘要: 文章以文献回顾讨论了关于印度商人的民族志研究,说明印度商业活动受到学者关注的原因,分析了移民企业家这个概念为什么不能解释今天日益频繁的跨国商业模式。研究绍兴的印度商人,可以为学界提供及时的案例,让我们更了解印度跨国企业的内部运作。

关键词: 印度商人; 移民企业家; 绍兴柯桥

中图分类号: C958.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-293X(2011)05-0113-03

1. 问题的提出

在当代移民研究(migration studies)及经济社会学(economic sociology)的前沿⁽¹⁾,印度商人的民族志研究一直都占举足轻重的地位,是这两块领域交错之中的经典课题。印度人移居海外的历史十分悠久,而其中最为社会学家和人类学家关注的,就是二次大战后很多印度人成为移民企业家(migrant entrepreneurs)这个现象。一方面,印度人移居海外,依然保持印度人的文化认同,在新的国度维持少数族裔移民的身份;另一方面,很多人在新居地努力参与各种自雇形式的商业活动。移民之后,印度人不单要应付适应新生活所产生的挑战,他们还要面对语言上的隔膜、社会上对新移民歧视等问题;移民的身份往往成为负面的标签,使他们时常遇到不平等的对待,难以找到薪酬及工作量上可以与本地人看齐的工作。如此情况之下,他们很多选择成为自雇人士,做一些技术含量不高的小本生意,冀望在竞争激烈的市场里杀出一条血路。这些印度商人很多时候会通过自我剥削及榨取家庭廉价劳动力等手段,集中火力开拓以移民群体本身为主的族群消费市场,建立一地的移民族群经济(ethnic economy)。因此,移民企业家可以说是一个经典的研究范式,令人更易理解移民及企业家两个表面上似乎互不相干的身份,其实个中可以有重叠及转化的可能性,是我们理解移民及其经济活动的关键。

然而,在全球化的今天,移民企业家这个解释模型,已难以解构日趋复杂及日新月异的移民及企业家现象。首先,移民的界线及定义今天已变得模糊不清。现在,我们更多看见的情况,就是一个印度人可以有几个家分布各地;今天在印度探亲,明天就出发到美国谈生意;家人散居世界各地,自己就到处跑、两边走。这些流动性极高的人和早期的印度移民一样吗?答案明显是否定的。另外,在全球商业社会中,跨国企业(transnational corporation)、联合投资(joint-venture)、国际贸易(international trade)更为普遍、更为频繁。当中参与决策、进行交易、负责投资的人,都必须定时游走各国考察公干,务求对全球商业整体形势及各地之间的联系纽带都认识及理解。如此,他们不可能仿效上一代的移民企业家,只坚守一地及维持封闭的族群边界;正好相反,他们必须对不同地方千变万化的形势都有很充分的把握,才可以维持跨国商业活动的持续增长。他们既非移民,亦非只是扎根一地的传统企业家;其中不同形式、媒介的跨国流动,都不是传统移民企业家模式可以解释的。

2. 印度本土的商业活动

很多关注印度本土社会的学者都十分重视印度商人的这个课题,理由是它不但揭示了一些内部商业活动的运作,更说明了与之相关的社会分层结构及文化变迁这些大问题,使人们更易整体把握印度社会的发展形势。Lamb在其印度村落的研究中,就向我们展示了乡土社会极为森严的种姓制度(caste system)如何使某一种姓的人士更容易走上从商的道路⁽²⁾。种姓最高的Brahman,地方势力强大,家庭组织十分严密,与外人接触多保持距

* 收稿日期:2011-07-16

作者简介:卓嘉健(1984-),男,中国香港人,英国牛津大学人类学2009级博士生;2011至2012年在绍兴文理学院经管学院访学。

离;亦因为他们本身种姓地位都相对的高,所以没有太大动力离开本身的社会及宗教岗位。但种姓较低而组织较松散的群体,或者不在传统种姓之列的 Jains 及 Marwaris,他们就没有太多社会包袱,能够全情投入发展地区或跨地区的商业活动。因此之故,某一些印度群体的商业活动比较明显及活跃。

在一项关于印度村落社会变迁的研究中, Fox 说明了近代民主化的政治改革,会令更多外人跑到别人的村内做生意;这些外来人士在地方的经济活动取得成功,从而晋身成为地方上不可忽视的政治新力量⁽³⁾。在村落引入民主选举之后,难免削弱本身在地方掌权地主(zamindar)的政治力量,使他们失去管理地方事务及仲裁村民纷争的权力及道德合法性。这让外来人士看到缺口,纷纷走到村内做生意,并借着财富累积,增加一己之地方政治资本,继而取代地主成为地方群众政治的新兴力量。换言之,在社会变迁的大势之下,新的商业活动成为可能,并可转化为一己的地方政治权力。

以上两项研究,我们可以看到,商业活动在某一印度空间成为可能,都与外围的社会变迁及群众政治有关。换句话说,要理解这些商业活动,我们不得不理解周边的社会结构及外围政治环境这些因素,即是地方社区组成(local community formation)及其变化。它们是印度社会现代化的足印。在下一部分的讨论,更让我们理解,地方社区组成的过程,不管印度内外,都是认识传统印度企业家的切入点。

3. 传统印度移民企业家

初期移居海外的印度人,虽然在空间上脱离了印度国土,但在他国的经济活动及文化生活上,仍难以完全走出印度家庭及族群的藩篱。根据 Werbner 对英国巴基斯坦移民企业的民族志研究⁽⁴⁾,来自印度次大陆的新移民在经济活动上,和很多来自中国的移民极为相似;两个移民群体都在海外积极开拓类似唐人街(Chinatown)⁽⁵⁾、小印度(Little India)之类的地方族群经济,这都源于海外的印度人及中国人在新居国的发展空间十分有限。诚如上述,一位刚刚抵埠的印度移民,人生路不熟,语言又不通,本身又没有什么资本、技术及知识可言,故此很难避免遭到本地人的歧视;他们唯一可以拥有的本钱,就只有埋头苦干的坚毅及靠拢少数和自己一样身在异乡的亲戚朋友。如此,很多人有意识或无意识地投入了发展族群经济,希望通过灵活运用自己的血汗劳力、多利用亲友网络来换取重要的商业讯息以及榨取近亲廉价的密集劳动力,去发展诸如印度餐馆、外卖店、洗衣铺或者家庭式纺织厂等小型企业,换取在新居国的生存资本,冀望借此逐步提升自己的社会经济地位。换言之,这些移民受制于新居社会的不公平对待,所以他们往往都会自我组织起来,充分发挥及利用本身有限的家庭资源及族群网络,在自发组织的移民族群社区之中,从事以族群为本的商业活动,建立起一方的移民族群企业。

由此而言,传统移民族群企业家这个解释模型,和印度本土的地方商业活动方面的研究,都彰显了集体族群认同所能生成的经济资本,即是集腋成裘的社区-企业模式(community-cum-entrepreneurship),不论是从个人出发到家庭关系抑或自我组织的族群消费市场,都可以成就族群企业的急速发展,尝试摆脱外围社会对个体小户营商的先天不利因素。

4. 全球化背景下新兴的跨国商人

在经济全球化的大势之下,一批新兴的中产企业家,投身了跨国事业,摆脱了传统地方的社会及经济枷锁,与传统的移民企业家形成强烈对比。当然这一批跨国商人不可能整天都在飞机上,他们亦会在不同地方安家乐业。可是,跟传统移民企业家相比,他们并不太倚赖地方社区的资源及网络来成就他们企业的成功;他们所倚赖的,更多是几乎不间断的全球流动性,不论是在知识、讯息、人力及资金方面来说。亦正因如此,他们没有动力争取成为一地的新移民,反正一本方便他们游走各国的护照(例如英国、美国或加拿大的护照)比起任何一国的居留权都更为重要。在印度发展十分蓬勃的信息科技界(information technology)就和世界各地的软件发展公司,通过印度的中介公司结盟起来,一方面形成一条庞大的人力输出链,中介公司陆续把大量廉价的印度软件工程师出口到美澳等西方国家,增加别国软件业的竞争力⁽⁶⁾;另一方面,很多早年在美国从事软件发展的印度人,纷纷回印度创业,主力在美国争订单,并随之把工程转包(outsource)到印度制作,以减低成本,所以这些企业家必须经常美印两边走而不可以长驻一地⁽⁷⁾。因此之故,我们不可以把这些人简单看作传统的移民,亦不能够以传统移民企业发展的框架来分析他们的跨国商业活动。

5. 绍兴柯桥的印度商人

除了信息科技界中的印度人外,从事其他行业的印度商家亦陆续卷入了经济全球化所带来的机遇及

挑战,并积极参与其中。但是,学术界目前对他们的情况所知不多。以纺织贸易为例,印度纺织品商人为了争取来自全球的订单及寻找价廉物美的出口货物,就必须与散布世界各地的买家、中介及卖家周旋,和各国关税、政府行政及运输成本角力,在货币汇率、材料差价、公司运作成本上作小心翼翼的计算,并须时刻注意全球消费市场的新趋势,以免在商业讯息上落后其他竞争者。显而易见,这些印度纺织品商人,他们一方面必须跟上形势,时刻跟贴全球市场,以掌握可能在短时间之内有机会发生的翻天覆地变化;另一方面,他们亦要了解买家、中介及卖家所位处的各个地方市场,从而及时得悉他们最新及最急切的需求,否则客源很容易会流走他家。从这一点看,他们很可能要作出取舍,选择在其中一方驻扎较长时间,以紧握他们认为必不可失的地方网络;并同时间寻找可以委之信任的生意伙伴,派他们驻守其他地区及国家,以求大家分工合作,希望可将整体贸易过程连成一线;为了保持联系及开拓新市场,他们亦必须经常出访工干,定时监察这一项运作复杂及计算烦琐的全球商业活动。他们如何尽力维持以上各项一时一地、既跨国又需要扎根的贸易生意,很值得我们深究。

以上所述,其实就是现今在绍兴柯桥印度商人的缩影。我的(以)绍兴经商的印度人为例的田野工作,可以说明在柯桥这个地方,可以为学界提供一个及时的研究点,让我们通过研究绍兴的印度商人,可以深入了解流动性极高的印度商人,如何让他们的贸易生意立足中国,放眼全球市场。

自从柯桥建立了中国轻纺城后,愈来愈多的外国商人来此采购,使柯桥的纺织市场逐渐倚重国际出口贸易⁽⁸⁾。对于这批外国商人,他们初到中国之际,其实并不熟识本地市场,亦很有可能之前根本没有考虑过长居绍兴或者柯桥;根据我的访谈记录,他们表示,最初来柯桥的目的,就是要寻找价低但是质地中上的纺织品。然而,当他们与中国厂家及卖家接触渐多之后,就发现原来不可能不派人在柯桥长期驻扎。首先,柯桥轻纺城目前已经成为亚洲最大的轻纺市场⁽⁹⁾,在货物种类、价格、货物制作时间及运输基建上,商家找不到其他可与之比拟的地方;所以,集中火力在柯桥做出口贸易,是他们觉得合理的企业决定。第二,很多受访者认为,和中国货物供应商做生意,必须要做好监察及品质检验的工作,因为万一货物源头出了问题,整条贸易链也势必会被拖垮。因此,外国商人及工作人员长驻柯桥,就更容易做好以上的把关工作。虽然在申请中国签证及在柯桥开公司上遇到很多问题,但这批外国商人在权衡轻重之下,多数认为在出口源头柯桥开贸易公司是明智之举。

正是以上原因,很多印度商人到柯桥开贸易公司,并在公司附近定居起来。到目前为止,综合受访者的统计,笔者估计有200个印度家庭现居柯桥,大部分人都在当地开贸易公司或在公司里工作。柯桥的印度人一般都是以居留、商务或工作签证的名义,并一直向当局申请续签以留在中国。贸易公司的老板及主管会保持定时外访,到其他国家见客户、跑订单。因此,若统称这批在柯桥定居的印度人为移民,似乎不太恰当。但是,由于他们停留中国的时间一般都较长,所以在柯桥轻纺城、政府及本地人力资源市场之中,这批印度人都有很多的参与及互相之间的交流;他们会把以上策略成败得失放在全球贸易链上来量度考虑。换而言之,以民族志方式尝试去理解印度商人如何协调本地市场、地方政府及全球供求所带来的机遇或压力,相信可以为相关方面的研究另辟蹊径。

参考文献:

- (1)Portes, A. ed. *Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview* (M). 1995. New York: Russell Sage Foundation.
- (2)Lamb, HB. *The Indian Merchant* (J). *The Journal of American Folklore*, 1958 (71).
- (3)Fox, RG. *From Zamindar to Ballot Box: Community Change in a North Indian Market Town* (M). 1969. Ithaca: Cornell University Press.
- (4)Werbner, P. *The Migration Process: Capital, Gifts, and Offerings among the British Pakistanis* (M). 1990. Oxford: Berg.
- (5)Zhou, M. *Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave* (M). 1992. Philadelphia: Temple University Press.
- (6)Xiang, B. *Global "Body Shopping": An Indian Labor System in the Information Technology Industry* (M). 2007. Princeton: Princeton University Press.
- (7)Biradavolu, MR. *Indian Entrepreneurs in Silicon Valley: The Making of a Transnational Techno - Capitalist Class* (M). 2008. New York: Cambria Press.
- (8)绍兴市对外经济贸易委员会. *对外经济贸易志* (M). 上海: 中国大百科全书出版社上海分社, 1993.
- (9)吴虹. 关于绍兴小语种人才需求的调查报告 (J). *绍兴文理学院学报* 2011, 31(2).